

SKRIPSI

PELAKSANAAN PERIJINAN REKLAME (Studi Deskripsi Tentang Pelaksanaan Perijinan Reklame Papan di Kota Surabaya)

KIC

FCS AN 05/04

Saf

P.



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

Disusun Oleh :

Rizza Safitri
NIM : 079815836

**Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga
Surabaya
Semester Gasal 2003 - 2004**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi

PELAKSANAAN PERIJINAN REKLAME

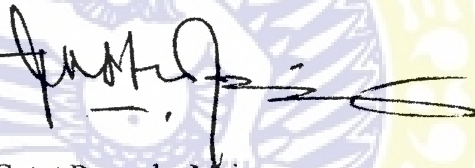
(Studi Deskripsi Tentang Pelaksanaan Perijinan Reklame Papan

di Kota Surabaya)

Telah memenuhi syarat untuk diujikan

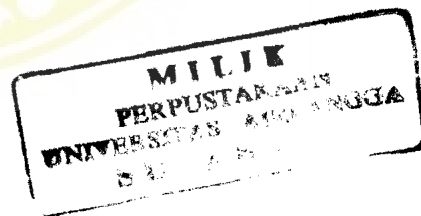
Surabaya, Oktober 2003

Dosen Pembimbing



Drs. Gatot Pramuka Msi

NIP 131.801.401



ABSTRAKSI

Dewasa ini bisnis periklanan tumbuh dengan pesatnya, hal ini berkaitan dengan perkembangan perekonomian yang cukup pesat khususnya munculnya berbagai produk dan semakin selektifnya konsumen dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Pertumbuhan bisnis periklanan membawa konsekuensi bertambahnya jumlah reklame khususnya papan reklame/billboard. Seiring dengan hal tersebut, muncul berbagai permasalahan berkaitan dengan jumlah papan reklame tersebut, seperti menghutannya kota karena reklame, kesemrawutan reklame, penggunaan jalur hijau untuk reklame sehingga menyebabkan peningkatan suhu, dan masalah lain yang diakibatkan oleh reklame.

Melihat fenomena tersebut maka pemerintah membuat suatu regulasi yang bertujuan untuk menertibkan, menata reklame serta untuk memperoleh pemasukan daerah dalam bidang reklame. Adapun rumusan permasalahan yang diketengahkan disini adalah bagaimana implementasi SK Walikota Surabaya no 09 tahun 2003 dalam Perijinan Penyelenggaraan Reklame di kota Surabaya dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan implementasi perijinan penyelenggaraan reklame ini.

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* di kota Surabaya, dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah semua orang atau instansi yang terlibat dalam implementasi perijinan penyelenggaraan reklame, adapun jumlah sampel ada dua yaitu aparat pelaksana dan kelompok sasaran. Sampel aparat pelaksana ditentukan secara *purposive* sedangkan sampel kelompok sasaran ditetapkan dengan dua cara yaitu secara *purposive* pada Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) cabang kota Surabaya dan secara *snowball* pada kelompok sasaran non-P3I.

Dari temuan data yang ada perijinan penyelenggaraan reklame berada dalam masa transisi yaitu masa perpindahan dari berdasarkan SK Walikotamadya Dati II Surabaya no 92 tahun 1998 menjadi berdasarkan SK Walikota Surabaya no 09 tahun 2003. Peraturan baru ini pada proses perijinan reklame lebih menekankan pada unsur penataan dan penertiban reklame.

Implementasi perijinan reklame ini melalui tahapan sesuai dengan data yang ada yaitu sosialisasi SK Walikota Surabaya nomor 09 tahun 2003 sebagai dasar implementasi perijinan penyelenggaraan reklame, pemrosesan perijinan penyelenggaraan reklame, dan pengendalian perijinan penyelenggaraan reklame. Sedangkan untuk faktor yang mempengaruhi dalam implementasi ini ditetapkan faktor struktur birokrasi, sumber daya, komunikasi dan koordinasi, disposisi/sikap pelaksana, dan dukungan kelompok sasaran yang didasarkan pada pemikiran George Edward dan Grindle.

Dari uraian tersebut dapatlah dianalisa dan diambil suatu kesimpulan bahwa sejauh ini implementasi perijinan reklame belum optimal dilaksanakan karena masih banyak kekurangan seperti ditingkat sosialisai yang hanya dilakukan kepada kelompok sasaran, komunikasi dan koordinasi yang kurang dilakukan, jumlah sumber daya baik dana maupun aparat pelaksana masih kurang, selain itu juga karena kurangnya dukungan dari kelompok sasaran serta masyarakat.